

**Differenzierung der (Roh-)Vorteilssätze innerhalb der Betriebssparte:****A) Unterkunft**

Rohvorteilssatz: 90%

	<b><u>Betriebsart</u></b>	<b><u>Differenzierung</u></b>	<b><u>Vorteilssatz</u></b>
A01	Hotel, Gasthof, Pension mit Halb- u. Vollpension, außer Gaststättenbetrieb (→ unten B)	Entsprechend dem Roh-Vorteilssatz	90%
A02	Hotel garni, Pension (auch Privatpension) mit Frühstück	Entsprechend dem Roh-Vorteilssatz	90%
A03	Vermietung von Ferienwohnungen/-apartments/-häusern, Privatzimmern ohne Frühstück	Entsprechend dem Roh-Vorteilssatz	90%
A04	Jugendherberge, -gästehaus, Fremdenheim (ggf. mit Tagungsstätte)	Überwiegend touristisch motivierte Übernachtungen Einige Workshop/Seminarteilnehmer (25% der Gesamtübernachtungen) oder Einzelbesucher (11% d. GÜ) könnten rein dienstliche Geschäftsreisen darstellen - max. 10 %	90%
A05	Campingplatz	keine außertouristischen Umsätze denkbar	100%
A06	Vorsorge-, Rehabilitationsklinik	Entsprechend dem Roh-Vorteilssatz x 50% touristischer Nachfrage	45%
A07	sonstige Gewährung von Unterkünften an Übernachtungsgäste	Entsprechend dem Roh-Vorteilssatz	90%

**Erläuterungen zur Differenzierung in der Obergruppe A:**

- A01 - A03: Im Roh-Vorteilssatz wurden die Geschäftsreisen, bzw. Übernachtungen aus dienstlichen Zwecken bereits berücksichtigt.  
Keine weiteren außertouristischen Umsätze.
- A04: Gemäß einer Aufstellung der Jugendherberge in Neustadt an der Weinstraße liegt für das Jahr 2017 eine Aufteilung in folgende Besuchergruppen vor:  
Von 24.500 Übernachtungen (70% Auslastung) entfallen auf
- |                                |         |
|--------------------------------|---------|
| Familienübernachtungen         | ca. 32% |
| Workshops und Seminargruppen   | ca. 25% |
| Schulklassen                   | ca. 25% |
| Erholungs- und Freizeitgruppen | ca. 11% |
| Einzelpersonen                 | ca. 6%  |
- Einige Übernachtungen aus den Seminaren und den „Einzelpersonen“ könnten Geschäftsreisen sein.  
Diese nicht-touristischen werden auf max. 10% der Gesamtübernachtungen geschätzt.
- A05: Beim Campingplatz sind keine außertouristischen Umsätze denkbar.  
(Derzeit keine Beitragspflichtigen)
- A06: Bei der Vorsorge- und Rehabilitationsklinik wären evtl. nicht alle Patienten in der Lage, die Klinik zu verlassen,  
deshalb wird der Vorteilssatz auf 50% reduziert.  
(Derzeit keine Beitragspflichtigen)
- A07: - Übernachtungsmöglichkeiten, die nicht eindeutig A01 - A06 zugeordnet werden können –

## B) Gastronomie

Rohvorteilssatz: 50%

	<u>Betriebsart</u>	<u>Differenzierung</u>	<u>Vorteilssatz</u>
B01	Restaurant, Speisegaststätte (auch Pizzerien; einschl. eingliederter sonstiger Gastronomie-Betriebsarten)	Vorteilssatz Gruppe B (Roh-Vorteilssatz)	50%
B02	Restaurant mit Selbstbedienung	Vorteilssatz Gruppe B x 75% tourist. Nachfragegrad	35%
B03	Café, Eisdiele, Bistro	Vorteilssatz Gruppe B	50%
B04	Imbissbetrieb (auch Pizza-, Döner-, Waffel-, Crêpe-Verkauf etc.)	Vorteilssatz Gruppe B x 75% tourist. Nachfragegrad	35%
B05	Schankwirtschaft	Vorteilssatz Gruppe B	50%
B06	Straußwirtschaft, sonstige saisonal bewirtschaftete Gastronomie (z.B. "Hütte")	Vorteilssatz Gruppe B zuzügl. 20 % wegen Saisonbetrieb	60%
B07	Tanzlokal, Discothek, Bar, Vergnügungsort	Vorteilssatz Gruppe B	50%
B08	sonstige Gastronomie-Betriebsarten (z.B. Kiosk-Ausschank, mobiler Ausschank bei Festen u. sonst. öffentl. Veranstaltungen)	Vorteilssatz Gruppe B	50%

**Erläuterungen zur Differenzierung in der Obergruppe B:**

- B01: Vorteilssatz entspricht genau dem Quotienten aus den (Netto-)Ausgaben der Touristen und dem Gesamtumsatz des Gastro-Betriebes (=Roh-Vorteilssatz)
- B02 und B04: Erwartungsgemäß höherer Umsatz durch Einheimische (z.B. Versorgung der Berufstätigen in der Mittagspause, Schüler,...), deshalb Reduzierung des Roh-Vorteilssatzes um 50%
- B03: Typische Anlaufstelle für Touristen; Roh-Vorteilssatz gerechtfertigt.
- B05: Entspricht wie B01 dem Roh-Vorteilssatz
- B06: Wegen Saisonbetrieb (i. d. Regel im Sommer/Herbst, wenn die meisten Touristen in Neustadt an der Weinstraße sind) und bei Waldhütten auch wegen der Örtlichkeit (Reiseziel für Wanderer).
- B07: Je nach Größe auch höherer Vorteilssatz denkbar (Überregional bekannte Großraum-Discos). Mit dem Roh-Vorteilssatz aber derzeitige Besucherstruktur abgebildet (Schätzung).
- B08: „Auffang-Gruppe“ für Obergruppe B

## C) Einzelhandel mit überwiegend direktem Kontakt zu Touristen

## CA) Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel

Rohvorteilssatz: 2% /3,5%

	<u>Betriebsart</u>	<u>Differenzierung</u>	<u>Vorteilssatz</u>
CA01	Bäckerei, Backwarenhandel, Konditorei (außer Café →B) einschl. bäckerüblichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Stehcafé (bei Sitzgelegenheit →B02)	unmittelb.Vorteil Gruppe CA Roh-Vorteilssatz oberer Rahmensatz (o. VerbrMarkt-Großbetr.) x 150% tourist.Nachfr.Grad + mittelb.Vorteil orientiert an Sekundärumsätze (siehe Anlage 6) Gruppe "Warenlieferung Nahrungs-/Genussmittel"	10%
CA02	Fleischerei, Eh. m. Fleisch, Geflügel, Eier, Wurstwaren, Fisch, einschl. Verkauf zum Verzehr an Ort u. Stelle (bei Sitzgelegenheit →B03)	unmittelb.Vorteil Gruppe CA Roh-Vorteilssatz + mittelb.Vorteil orientiert an Sekundärumsätze Gruppe "Warenlieferung Nahrungs-/Genussmittel"	9%
CA03	Obst, Gemüse, Südfrüchte, Kartoffeln	Roh-Vorteilssatz Gruppe CA oberer Rahmensatz + 50% mittelb.Vorteil orientiert an Sekundärumsätze Gruppe "Warenlieferung Nahrungs-/Genussmittel"	6%
CA04	Reformwaren, Bio-, Naturkost, Feinkost, Spezialitäten	Roh-Vorteilssatz Gruppe CA oberer Rahmensatz + mittelb.Vorteil orientiert an Sekundärumsätze Gruppe "Warenlieferung Nahrungs-/Genussmittel"	9%
CA05	Süßwaren, Tee, Kaffee, Spirituosen, auch Wein u. Weinprodukte u. Geschenkartikel im Nebensortiment	Roh-Vorteilssatz Gruppe CA oberer Rahmensatz x 200% tourist. Nachfragegrad	7%
CA06	Tabakwaren, Zeitschriften	unmittelb.Vorteil Gruppe CA Roh-Vorteilssatz	3%
CA07	Waren verschied. Art, Betriebsstätten-Umsatz bis 1.000.000 EUR	Roh-Vorteilssatz Gruppe CA, Mittelwert zwischen oberem und unterem Rahmensatz.	3%

CA08	Waren verschied. Art, Betriebsstätten-Umsatz über 1.000.000 EUR (Verbrauchermärkte)	unmittelb.Vorteil Gruppe CA Roh-Vorteilssatz unterer Rahmensatz + mittelb.Vorteil orientiert an Sekundärumsätze Gruppe "Warenlieferung Nahrungs-/Genussmittel"	7%
CA09	Waren versch. Art im Kioskbetrieb (Lebensmittelkiosk, Trinkhalle)	Roh-Vorteilssatz Gruppe CA oberer Rahmensatz x 150% tourist. Nachfragegrad	5%
CA10	Wein-/ Weinprodukte-Einzelhandel, einschl. Nebensortiment: regionaltypische Nahrungs- und Genussmittelspezialitäten, Spirituosen u. Getränke; Winzergenossenschaft	unmittelb.Vorteil Gruppe CA Roh-Vorteilssatz unterer Rahmensatz x 200% tourist. Nachfragegrad + mittelb.Vorteil orientiert an Sekundärumsätze Gruppe "Warenlieferung Nahrungs-/Genussmittel" x 2 weil erhöhte lokale Weinnachfrage im Gastro-Bereich	17%
CA11	Wein u. Weinprodukte, Direktverkauf an Verbraucher aus Eigenproduktion (außer Straußwirtschaft →B05)	bezogen auf Gesamt-Absatz bleibt durchschnittl. 1/4 in der Selbstvermarktung, davon 40% an Touristen.	10%
CA12	sonstige Arten des Einzelhandels mit Schwerpunkt Nahrungs-/Genussmittel	Roh-Vorteilssatz Gruppe CA, Mittelwert zwischen oberem und unterem Rahmensatz.	3%

### Erläuterungen zur Differenzierung in der Obergruppe CA:

Im Bereich „Lebensmittel- und sonstiger Einzelhandel“ (Obergruppe C) setzen sich die Umsätze zusammen aus Einnahmen aus Geschäften, die unmittelbar mit den Touristen getätigt werden, und den Einnahmen aus Geschäften mit anderen Betrieben der Obergruppen A – E (Einnahmen aus dem mittelbaren Tourismus-Vorteil).

Wie hoch diese Umsatzanteile aus dem mittelbaren Tourismus-Vorteil sind wird im Kapitel „Sekundär-Umsätze“ behandelt (siehe Anlage 6).

Bei der Berechnung des Roh-Vorteilssatzes der Obergruppe C „Einzelhandel“ wurde aufgrund der Höhe der Umsätze eines Verbrauchermarktes (Großbetrieb) eine Vergleichsrechnung mit und ohne dessen Umsätze aufgestellt.

Dies ergab einen oberen und einen unteren Rahmensatz des Roh-Vorteilssatzes der Gruppe C.

CA01: Die Betriebsart Bäckerei erfährt eine um 50% erhöhte Nachfrage gegenüber der durchschnittlichen Nachfrage nach Lebensmitteln. (Angebot für Touristen interessant; Stehcafés...)  
Der mittelbare Umsatzanteil stammt aus Geschäften mit Übernachtungs- und Gastro-Betrieben, Metzgereien...

- CA02: Die Nachfrage nach Metzgereiprodukten, speziell im Bereich „Kioskbetrieb“ (Schnitzelbrötchen, Currywurst...) dürfte der Nachfrage aus CA01 (Bäckerei) in nichts nachstehen, allerdings ist hier eine erhöhte Nachfrage der Einheimischen (Stichwort: „Mittagspause“) zu erwarten. Zahlreiche Fleischprodukte sind wegen der Kühlerfordernis für Tagestouristen uninteressant und für Übernachtungsgäste nur im Bereich Ferienwohnung denkbar.  
Deshalb wird der Roh-Vorteilssatz ohne Erhöhung angenommen.  
Für die Umsätze aus dem mittelbaren Vorteil gilt dasselbe wie unter CA01 (entsprechend Warenlieferung an Bäckereien etc. für belegte Brötchen...)
- CA03: Um 50% reduzierter Sekundär-Umsatz, da viele Betriebe im Gastro-Bereich die Waren im Großmarkt einkaufen.
- CA04: Keine Reduzierung, weil Angebot sehr speziell.
- CA05: Erhöhter touristischer Nachfragegrad, da sich Produkte oft als Erinnerung oder Geschenk eignen.
- CA06: Entspricht dem Roh-Vorteilssatz der Obergruppe CA, ohne mittelbare Umsätze
- CA07: „Kleinere“ Verbrauchermärkte, deshalb i. d. Regel ohne Zulieferung an Betriebe der Obergruppe A-E
- CA08: Große Verbrauchermärkte mit Umsätzen aus dem „mittelbaren Bereich“
- CA09: Entsprechend der Bäckerei auch hier leicht erhöhte touristische Nachfrage
- CA10: Erhöhte Nachfrage seitens der Touristen, sowohl beim Direktkauf (Einzelhandel/Fachmarkt...) als auch mittelbar über Gastronomie. Für viele Touristen ist der Weineinkauf sogar Beweggrund, um in die Pfalz bzw. nach Neustadt zu kommen.
- CA11: Bei den Weinbaubetrieben werden nur die Selbstvermarktung (außer Online-shops) und der Verkauf an Gastronomie, Fachhandel, Lebensmitteleinzelhandel... berücksichtigt.
- CA12: „Auffang-Gruppe“ für Obergruppe CA

## CB) Schwerpunkt sonstige Waren

Rohvorteilssatz: 11% / 12,5%

	<u>Betriebsart</u>	<u>Differenzierung</u>	<u>Vorteilssatz</u>
CB01	Apotheke	Roh-Vorteilssatz Gruppe CB x 30% tourist. Nachfragegrad.	4%
CB02	Bekleidung Schuhe, Lederwaren, Modewaren, Bekleidungsaccessoires	Roh-Vorteilssatz Gruppe CB	12%
CB03	Bücher, Schreib- u. Papierwaren, Ansichtskarten, Zeitschriften etc.	Roh-Vorteilssatz Gruppe CB	12%
CB04	Drogerie, Parfümerie (außer "Drogeriemarkt" →CB15)	Roh-Vorteilssatz Gruppe CB x 75% tourist. Nachfragegrad.	9%
CB05	Fahrräder und Zubehör, einschl. Reparatur	Roh-Vorteilssatz Gruppe CB x 25% tourist. Nachfragebedarf	3%
CB06	Geschenkartikel, kunstgewerbl. Erzeugnisse, Porzellan-, Keramik-, Glaswaren, Souvenirs	Roh-Vorteilssatz Gruppe CB x 200% tourist. Nachfragegrad.	25%
CB07	Kfz-Betriebsstoffe (Kraft- und Schmierstoffe; als Vertrieb eigener Waren)	Roh-Vorteilssatz Gruppe CB x 30% tourist. Nachfragegrad.	4%
CB08	Kfz-Betriebsstoffe-Vertriebsagentur (Agenturtankstelle) einschl. Wartungsdienst, Shop und Waschanlage	a) unmittelb.Vorteil: Mittelwert aus Roh-Vorteilssatz Gruppe CB (30%) und oben CA09 + b) mittelb. Vorteil orientiert an „Kfz-Gewerbe“.	6%
CB09	Kunstgegenstände, Antiquitäten	Roh-Vorteilssatz Gruppe CB x 50% tourist. Nachfragegrad.	6%
CB10	Optiker (nicht Hörgeräteakustik →CB17)	Roh-Vorteilssatz Gruppe CB x 30% tourist. Nachfragegrad.	4%
CB11	Schmuck, Uhren, Edelmetalle, Mineralien; einschließlich Werkstatt	Roh-Vorteilssatz Gruppe CB x 60% tourist. Nachfragegrad.	7%

CB12	Sport- und Spielwaren, Bastelbedarf, Hobbyartikel; Campingbedarf; Fotoartikel	Roh-Vorteilssatz Gruppe CB	12%
CB13	Telekomm.-Artikel, Elektronik-Kleingeräte	Roh-Vorteilssatz Gruppe CB x 30% tourist. Nachfragegrad + mittelb.Vorteil orientiert an Gruppe "Warenlieferung + Nahrungs-/Genussmittel"	9%
CB14	Waren verschiedener Art, Schwerpunkt Nichtnahrungsmittel (auch sog. Drogeriemärkte etc.) Umsatz bis 1 Mio. EUR	Roh-Vorteilssatz Gruppe CB x 50% tourist. Nachfragegrad.	6%
CB15	Waren verschiedener Art, Schwerpunkt Nichtnahrungsmittel (auch sog. Drogeriemärkte etc.) Umsatz über 1 Mio. EUR	Roh-Vorteilssatz Gruppe CB x 75% tourist. Nachfragegrad.	9%
CB16	Waren verschiedener Art, Schwerpunkt Nichtnahrungsmittel im Kioskbetrieb	Roh-Vorteilssatz Gruppe CB x 75% tourist. Nachfragegrad.	9%
CB17	Sonstiges Warenangebot mit direktem Geschäftskontakt zu Touristen (z.B. Hörgeräte, orthopäd. Artikel, Kurzwaren, Musikalien, Gebrauchtwaren, Sonderposten etc.)	Roh-Vorteilssatz Gruppe CB x 30% tourist. Nachfragegrad	4%

### Erläuterungen zur Differenzierung in der Obergruppe CB:

Die einzelnen Vorteilssätze der jeweiligen Betriebsarten in der Obergruppe CB wurden ausgehend vom Roh-Vorteilssatz nach Ihrem typischerweise zu erwartendem touristischen Nachfragegrad bewertet.

- CB01: Roh-Vorteilssatz reduziert auf 30%, da keine typischen „Tourismusartikel“
- CB02: Entspricht am ehesten dem Quotienten aus „Tourismusaufgaben“ und „Gesamtjahresumsätzen“ der Obergruppe CB“ (= Roh-Vorteilssatz)
- CB03: auch hier „typische“ Produkte, die auch von Touristen nachgefragt werden. (= Roh-Vorteilssatz)
- CB04: Tourist. Nachfrage/ Bedarf wird etwas geringer eingeschätzt (25% Abzug vom Roh-Vorteilssatz)

- CB05: Spezialisierter Kundenkreis. Nachfrage auf 25% des Roh-Vorteilssatzes reduziert.
- CB06: Erhöhte touristische Nachfrage (Stichwort „Mitbringsel“).
- CB07: Reiner Kraftstoffverkauf durch Konzerne an Endverbraucher.
- CB08: Der „unmittelbare“ Anteil setzt sich zusammen aus dem Verkauf von Kraftstoff und dem Kiosk-Verkauf (Mittelwert). Der „mittelbare“ Vorteils-Anteil (Wartungsdienst, Waschanlage...) richtet sich nach dem ermittelten Sekundärumsatz für den Bereich „Kfz-Gewerbe“ (Siehe Anlage 7).
- CB09: Je nach Größe der Gegenstände ist es für Gäste der Stadt eher umständlich Antiquitäten mitzunehmen. Deshalb Vorteil auf 50% reduziert.
- CB10: Optiker vergleichbar mit Apotheke
- CB11: Der Schmuck- und Uhrenverkauf ist zwar interessant für Touristen (100% Roh-Vorteilssatz), die Umsätze aus der Reparatur und Wartung werden aber wegen der relativ kurzen Aufenthaltsdauer eher für Neustadter und die Umland-Einwohner in Frage kommen (20% Roh-Vorteilssatz). Mittelwert = ca. 60 % Roh-Vorteilssatz.
- CB12: Orientierung am Roh-Vorteilssatz
- CB13: Unmittelbarer Vorteil eher gering. Zum einen wegen Altersstruktur der Gäste, zum anderen werden z.B. Handys oder sonstige Elektro-Kleingeräte typischerweise nicht auf einer Ausflugsfahrt gekauft. Der mittelbare Anteil stellt die Verkäufe an die Geschäftstreibenden vor Ort dar.
- CB14: Eher auf die Versorgung der Einheimischen und Umlandbewohner ausgerichtet.
- CB15: Schon von der Lage (Fußgängerzone, Innenstadt) her offensichtlich auch auf touristische Kundschaft ausgelegt, deshalb höherer Vorteilssatz als bei CB14.
- CB16: Vergleichbar mit CB15
- CB17: „Auffang-Gruppe“ für Obergruppe CB

## D) Freizeit- und Unterhaltungsdienstleistungen

Rohvorteilssatz: 66%

	<u>Betriebsart</u>	<u>Differenzierung</u>	<u>Vorteilssatz</u>
D01	Ausflugsfahrten m. Landfahrzeugen aller Art	maximal 25% außertouristische Umsätze	75%
D02	Flugplatzbetrieb (f. Sportflugzeuge), incl. Flugtraining, Rundflüge für Passagiere etc.	Roh-Vorteilssatz Gruppe D x 25% tourist. Nachfragegrad (Flugtraining zum größten Teil für Flugschüler aus Umgebung)	17%
D03	Gästeführung jeder Art (z.B. Stadt-, Museums-, Wanderführung), Vorträge und sonstige Programmgestaltung für Touristen	maximal 10% außertouristische Umsätze	90%
D04	Kinobetrieb	Roh-Vorteilssatz Gruppe D x 25% tourist. Nachfragegrad	17%
D05	Museum, Ausstellung	Roh-Vorteilssatz Gruppe D	66%
D06	Schwimm-, Wellness-, Erlebnisbad, einschl. Nebenanlagen wie z.B. Sauna, Solarium etc. (außer Gastronomie → oben Gruppe B)	TourismQuote III 200% tourist. Nachfragegrad	5%
D07	Spielautomatenbetrieb	TourismQuote III	3%
D08	Sporttraining, -kurse (z.B. Biking, Walking, Reiten u.s.w.) einschließlich evtl. Gerätevermietung	TourismQuote III	3%
D09	Sport- und Spieleinrichtungen/ -anlagen (z.B. Tennis-, Golfplätze, Kletter-/Hochseilgarten, Minigolf, Trampolin etc.) in Hallen und Außenanlagen	Roh-Vorteilssatz Bedarfssparte D. x 25% tourist. Nachfr.Grad	17%
D10	Stadtrundfahrten mit Sonderfahrzeugen	kaum außertouristische Umsätze denkbar (max. 10%)	90%

D11	Unterrichtung/ Anleitung für Freizeitaktivitäten (z.B. Malen u. sonst. künstlerische Gestaltung, Töpfern, Handarbeiten etc.)	TourismQuote III 200% tourist. Nachfragegrad	5%
D12	Vermietung von Fahrrädern, Sport- und Freizeitgeräten	wenig außertouristische Umsätze denkbar (max. 20%)	80%
D13	Sonstige Freizeit-/ Unterhaltungsdienstleistungen mit direktem Geschäftskontakt zu Touristen	Roh-Vorteilssatz Bedarfssparte D.	66%

### Erläuterungen zur Differenzierung in der Obergruppe D:

- D01: Derzeit nur Betreiber des „Kuckucksbähnel“ - Besucher überwiegend (75%) aus dem Kreis der Touristen.
- D02: Teilt sich auf in Flugschüler, die meist aus der Umgebung stammen und einem Teil von Rundflug-Gästen. Der größere Teil der Umsätze wird schätzungsweise aus dem Flugunterricht gewonnen.
- D03: Die Gruppe, die mit am stärksten vom Tourismus profitiert, weshalb der Vorteilssatz auch deutlich über dem Roh-Vorteilssatz liegt.
- D04: Dem Kinobesuch wird touristisch gesehen eine geringere Bedeutung zugemessen. (Maximal jeder 5. nicht aus dem „Versorgungsbereich“ des Mittelzentrums erscheint noch plausibel).
- D05: Keine Museen in Neustadt mit auffällig überregionaler Bedeutung. Nachfragegrad gegenüber anderen Freizeitangeboten deshalb mit 50% bewertet.
- D06: Betrifft nicht städtische Schwimmbäder, sondern Erlebnisbäder oder Wellnesseinrichtungen. Derzeit in Neustadt keine Beitragspflichtigen!
- D07: Keine typische Touristen-Freizeitbeschäftigung, keine überregionale Bedeutung (weil Spieler außerhalb des Einzugsbereiches von Neustadt dortige Spielautomaten besuchen können). Deshalb Vorteilsberechnung anteilig nach Übernachtungszahlen (mit Umlandversorgung).

- D08: Mit Tennis-, Reit- oder anderweitige Sportkurse werden überwiegend die entsprechenden Vereins- oder Clubmitglieder bedient, seltener „Touristen“ – schon wegen der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer der Gäste. Deshalb selbe Berechnung wie beim Spielautomatenbetrieb (Tourismusquote III).
- D09: Betrifft überwiegend Fitnesscenter, (Kampf-)Sportschulen, Indoor-Spielplätze... 25% touristischer Nachfragegrad, wegen des hohen Alters-Durchschnitts der Gäste.
- D10: Touristenbähnchen o.ä. in Neustadt noch nicht angeboten, aber von der Natur der Sache her überwiegend von Gästen benutzt.
- D11: Kurse, die durchaus während eines Kurzurlaubs durchgeführt werden können, aber wohl keine überregionale Bedeutung haben. Rohvorteilssatz wäre unrealistisch. Eine erhöhte Nachfrage gegenüber der Tourismusquote III erscheint plausibel.
- D12: Der überwiegende Teil der Neustadter Einwohner wird kein Fahrrad mieten müssen. Hier wird (je nach Sportgerät) der überwiegende Teil der Kunden dem Besucherkreis zugerechnet.
- D13: „Auffang-Gruppe“ für Obergruppe D

## E) sonstige Dienstleistungen mit direktem Kontakt zu Touristen

## EA) Gesundheitswesen u. Körperpflege

Rohvorteilssatz: 8 %

EA01	Arztpraxis Allgemeinmedizin und hausärztliche innere Medizin	TourismQuote I.b)	1%
EA02	Arztpraxis, sonstige Fachärzte auch Heil-/Naturheilpraxis	TourismQuote I.b)	1%
EA03	Friseurbetrieb	Roh-Vorteilssatz x 50% tourist. Nachfragegrad.	4%
EA04	Kosmetikbehandlung, Nageldesign, Schönheitspflege, Massagen, Bäder, Inhalation, Wellnessdienstleistungen; auch als mobile Dienstleistung; einschl. Handel mit entspr. Waren; Tattoostudio	Roh-Vorteilssatz x 50% tourist. Nachfragegrad.	4%
EA05	Sauna, Solarium	Roh-Vorteilssatz x 50% tourist. Nachfragegrad.	4%
EA06	Tierarztpraxis	TourismQuote I.b) x 20% tourist. Nachfragegrad.	0%
EA07	Zahnarztpraxis	TourismQuote I.b)	1%
EA08	sonstige Dienstleistungen für Gesundheit und Körperpflege (z.B. Ernährungs-, Lebensberatung, Begleitdienste etc.)mit direktem Kontakt zu Touristen	Roh-Vorteilssatz x 50% tourist. Nachfragegrad.	4%

**Erläuterungen zur Differenzierung in der Obergruppe EA:**

EA01, EA02, EA07: Krankheiten oder Verletzungen sind bei Gästen in etwa so wahrscheinlich wie bei Einheimischen. Deshalb Berechnung nach der Tourismusquote I b) (mit Umlandversorgung). Einheimische gehen wahrscheinlich noch eher zum Arzt als ein Besucher, der „seinen“ Arzt möglicherweise erst nach seiner Rückkehr aufsucht.

- EA03 - EA05: 50 % Reduzierung des Roh-Vorteilssatzes, da ein Friseur-, Sauna oder Kosmetiker-besuch nicht typischerweise Zu den in Anspruch genommenen Dienstleistungen eines Besuchers zählt.
- EA06: Tierarztbesuche während eines Gastaufenthaltes sind schon wegen der geringeren Anzahl an mitgebrachten Tieren noch unwahrscheinlicher als z.B. ein Besuch bei einem Allgemeinarzt. Deshalb Reduzierung der Tourismusquote I b) um 80%.
- EA08: „Auffang-Gruppe“ für Obergruppe EA. Orientiert an EA03 - EA05.

**EB) Sonstige Dienstleistungen mit unmittelbarem Vorteil**

**Rohvorteilssatz: 8 %**

EB01	Bahn-Vertriebs- und -Kundenservice-Stelle	TourismQuote I.a) x 200% tourist. Nachfragegrad.	3%
EB02	Bergungs-, Pannenhilfe-, Abschleppdienst für Kfz	TourismQuote I.a)	1%
EB03	Parkraumbewirtschaftung	TourismQuote III	3%
EB04	Personenbeförderung im Omnibus-Linienverkehr	TourismQuote I.b)	1%
EB05	Taxiunternehmen, Mietwagen mit Fahrer	TourismQuote I.a) x 200% tourist. Nachfragegrad.	3%
EB06	Reisebüro	TourismQuote I.b)	1%
EB07	sonstige Dienstleistungen mit direktem Geschäftskontakt zu Touristen (z.B. Internet-Café, Kfz-Waschanlage außerhalb von Tankstellen →CB08)	TourismQuote III	3%

**Erläuterungen zur Differenzierung in der Obergruppe EB:**

- EB01 und EB05: Vergleich mit Einwohner-Übernachtungen. Wegen erhöhtem Mobilitätsinteresse (Ausflugsfahrten, Rückfahrten...) doppelter touristischer Nachfragegrad.
- EB02: Die Inanspruchnahme der Dienstleistung ist in etwa genauso hoch wie bei Einwohnern, weil i.d.R. keine Alternative besteht, bzw. die Dienstleistung in Anspruch genommen werden „muss“.

- EB03: Orientiert an der Gästeaufenthaltsquote inkl. Zentralörtlich mitversorgten Umlandbewohnern. Das einige Gäste nicht mit dem Auto kommen wird dadurch ausgeglichen, dass auch einige Einwohner den Parkraum nicht in Anspruch nehmen (müssen).
- EB04 u. EB06: Orientiert an der Zahl der Gästeübernachtungen im Verhältnis zu den Einwohner-Übernachtungen.
- EB07: „Auffang-Gruppe“ für Obergruppe EB. Orientiert an Vorteil von EB03 (Tourismusquote III).

## F) Zulieferung iwS. (=Leistungsangebot an örtliche Unternehmen zur Bedarfsdeckung der Touristen)

### FA) Waren, Stoffe, Infrastruktur

FA01	Abfallbeseitigung, Containerdienst	wie Versorgungsunternehmen FA20	5%
FA02	Bau- und Heimwerkerbedarf (Anstrichmittel, Bodenbeläge, Tapeten, Gartengeräte, Installations- und Elektroartikel sowie baumarktüb. Nebensortiment - Baumärkte)	wie unten Gruppe FB Bauwirtschaft	2%
FA03	Blumen-/Pflanzen-/Saatguthandel	Tourism.-Quote II .	4%
FA04	Brennstoffhandel (Groß- und Einzelhandel., auch Brennholz)	Tourism.-Quote I.b) .	1%
FA05	Bürotechnik-/möbel-, EDV-/ IT-Geräte-, Hard- und Software-Handel	Tourism.-Quote IV.a x 33% innerörtl. Kundschaft x 75% Umsatzanteil für nicht private Kunden.	3%
FA06	Catering, Partyservice	33% nicht privater Geschäftsanteil x "Warenlieferung Nahrungs-/Genussmittel"	2%
FA07	Druckerei, Verlag, Grafikstudio	wie unten Gruppe FC Werbemittelgestaltung.	2%
FA08	Elektro-, Haushalts-, Unterhaltungselektronik-Großgeräte (Kleingeräte nur als Nebensortiment, vgl. CB13)	mittelb. Vorteil TourismQuote I.b x 50% Privatbeherbergungsanteil an Übern.-Summe (s. Primärumsätze C17 ) + unmittelb. Vorteil Primärumsätze Gruppe CB x 25% (Teilsortiment).	4%

FA09	Getränkhandel (nicht Schwerpunkt Weinprodukte; nicht reiner Großhandel)	20% nicht privater Geschäftsanteil x "Warenlieferung Nahrungs-/Genussmittel" + 80% (priv.Kundsch.) unmittelb. Vorteil Gr. CA oberer Rahmensatz x 50% Privatbeherbergungsanteil an Übern.-Summe.	3%
FA10	Großhandel mit Waren der in Betriebsartengruppe C genannten Arten	"Warenlieferung Nahrungs-/Genussmittel"	5%
FA11	Güterbeförderung (außer Fernverkehr), Kurier-, Postdienst	20% innerörtl. Kundschaft x TourismQuote IV.a	2%
FA12	Handelsvermittlung der in Betriebsartengruppe C genannten Waren	wie oben Großhandel.	5%
FA13	Haushaltswaren (Glas-, Porzellan-, Kunststoff- u. Metallwaren)	mittelb. Vorteil TourismQuote I.b x 50% Privatbeherbergungsanteil an Übern.-Summe + unmittelb. Vorteil Gruppe CB oberer Rahmensatz x 25% (Teilsortiment)..	1%
FA14	Kfz-/Zubehör-Handel	"Kfz-Gewerbe" + unmittelb. Vorteil 10% tourist. Nachfr.Grad x TourismQuote I a.	2%
FA15	Kfz-Reparaturwerkstatt (auch -Lackiererei, -Polsterei, -Sattlerei), Kfz-Wartungs-/Pflegetdienst (außer in Tankstellen →CB08); Kfz-Vermietung	"Kfz-Gewerbe" + unmittelb. Vorteil 10% tourist. Nachfr.Grad x TourismQuote I a.	2%
FA16	Möbel, Küchen, Teppiche, Leuchten, sonst. Wohneinrichtungsbedarf (Groß- und Einzelhandel)	TourismQuote I.b	1%
FA17	Postagentur, Postvertriebsstelle	TourismQuote III .	3%
FA18	Telekommunikationsunternehmen	TourismQuote III .	3%
FA19	Vermietung/Verpachtung von betrieblich genutzten Immobilien an Betriebe aus Gruppen A - E	Vorteilssatz der Betriebsart (aus Gruppen A.-E.) des jeweiligen Nutzungs-berechtigten	
FA20	Versorgungsunternehmen, Energie-, Wasser-	"Energie-/ Wasserversorgung"	5%
FA21	sonstiges Waren- bzw. Lieferangebot an örtliche Unternehmen für Bedarf von Touristen (z.B. sonstige Großhandelsbetriebe, Schlüsseldienst u.s.w.)	TourismQuote III.	3%

## FB) Bauwirtschaft

FB01	Architektur-, Bauingenieur-, Baustatik-, Vermessungsbüro	"Bauwirtschaft" (Sekundärumsätze)	2%
FB02	Bauträgerschaft an Immobilien im Stadtgebiet; gewerblicher Grundstückshandel	"Bauwirtschaft" (Sekundärumsätze).	2%
FB03	Bauunternehmen	"Bauwirtschaft" (Sekundärumsätze).	2%
FB04	Dachdeckerei	"Bauwirtschaft" (Sekundärumsätze).	2%
FB05	Elektroinstallation	"Bauwirtschaft" (Sekundärumsätze).	2%
FB06	Fliesen-, Fußboden-, Parkettlegerie	"Bauwirtschaft" (Sekundärumsätze).	2%
FB07	Garten-/ Landschaftsbau	"Bauwirtschaft" (Sekundärumsätze).	2%
FB08	Gerüstbau	"Bauwirtschaft" (Sekundärumsätze).	2%
FB09	Glaserei	"Bauwirtschaft" (Sekundärumsätze).	2%
FB10	Klempnerei, Heizungs-/ Gas-/Wasser-, Lüftungsinstallation, auch Gastronomietechnik	"Bauwirtschaft" (Sekundärumsätze).	2%
FB11	Malerbetrieb, Lackiererei	"Bauwirtschaft" (Sekundärumsätze).	2%
FB12	Raumausstattung	"Bauwirtschaft" (Sekundärumsätze).	2%
FB13	Schlosserei, Schweißerei, Metallwarenherstellung	"Bauwirtschaft" (Sekundärumsätze).	2%
FB14	Schreinerei, Tischlerei	"Bauwirtschaft" (Sekundärumsätze).	2%
FB15	Steinmetze und -bildhauer	"Bauwirtschaft" (Sekundärumsätze).	2%
FB16	Stuckateur, Gipserei, Verputzerei	"Bauwirtschaft" (Sekundärumsätze).	2%
FB17	Zimmerei, Holzbau, Innenausbau	"Bauwirtschaft" (Sekundärumsätze).	2%
FB18	sonstige Betriebsarten der Bauwirtschaft (z.B. Abbrucharbeiten, Fensterbau, Gebäudeabdichtung/ -trocknung, Glasgewerbe, Holz- u. Bautenschutz, Maurerarbeiten etc.) auch Kombinationen der o.g. Baugewerbe	"Bauwirtschaft" (Sekundärumsätze).	2%

## FC) Dienstleistungen

FC01	Buchhaltungs-, Büro-, Schreib-, Übersetzungsdienste	wie Steuerberatung (Sekundärumsätze).	4%
FC02	Computer-/IT-Dienstleistungen, Softwareherstellung, Webdesign, sonst. techn. Unternehmensberatung	25% innerörtl. u. nicht private Kundschaft x Tourismusquote IV.a .	3%
FC03	Gärtnerische Dienstleistungen, Gartenpflege, Baumfällungen, Winterdienst für Grundstücke	50% Anteil nicht private Kundschaft x mittelb.Vorteil "Werbewirtschaft" + 50% unmittelb.Vorteil TourismQuote I.b.	2%
FC04	Gebäude-/ Fensterreinigung (sofern nicht von Objektbetreuung FC08 umfasst)	wie FB Garten-/Landschaftsbau	2%
FC05	Geld- und Kreditinstitut	75% innerörtl. Kundschaft x Tourismusquote II .	3%
FC06	Hausmeisterdienst und techn. Betreuung (Kleinreparaturen u.s.w.) an Ferienwohnobjekten	Anlehnung an "Bauwirtschaft"	2%
FC07	Immobilienvermittlung (außer an wechselnde Gäste)	25% nicht privater und innerörtl. Geschäftsanteil x TourismQuote IV.a.	3%
FC08	Mietvermittlung von Ferienwohnungen/ -appartements/ -häusern an wechselnde Gäste, einschl. Objektverwaltung u. Betreuung	entspr. oben A03 Ferienwohnungsvermietung	90%
FC09	Recht/ Steuern/ Wirtschaft: a) Notariat	"Re.-/Steu.-/Wirtsch.Beratg. x 60% weg. erhöhten Umsatzanteils aus privatsphäre-bezogenen Mandanten.	3%
FC10	Recht/ Steuern/ Wirtschaft: b) Rechtsanwaltskanzlei	"Re.-/Steu.-/Wirtsch.Beratg. x 60% weg. erhöhten Umsatzanteils aus privatsphäre-bezogenen Mandanten.	3%
FC11	Recht/ Steuern/ Wirtschaft: c) Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung, kfm. Unternehmensberatung	"Re.-/Steu.-/Wirtsch.Beratg."	4%
FC12	Veranstaltungsservice, Künstler-Vermittlung, Vermietung von Event-Technik	15% innerörtlicher u. nicht privater Geschäftsanteil x TourismQuote IV.a).	2%
FC13	Versicherungs-, Bauspar-, Finanzierungsvermittlung	10% nicht privater u. innerörtl. Geschäftsanteil x TourismQuote IV.a.	1%

FC14	Wäscherei, Reinigung, Heißmangel, Waschsalon etc.	50% innerörtl. nicht privater Geschäftsanteil x TourismQuote II.	2%
FC15	Fotostudio	50% Anteil nicht private Kundschaft x mittelb.Vorteil "Werbewirtschaft" + 50% unmittelb.Vorteil TourismQuote I.b.	2%
FC16	Werbung (Gestaltung, Vermittlung, Vertrieb)	"Werbewirtschaft".	2%
FC17	Schornsteinreinigung/-wartung	TourismusQuote I.a.	1%
FC18	sonstiges Dienstleistungsangebot an örtliche Unternehmen für Bedarf von Touristen (z.B. Desinfektion und Schädlingsbekämpfung, selbständige Köche, Küchenhilfe, Zimmerservice, Musiker, Tontechniker etc.)	TourismusQuote III.	3%